



Jak dostat skautská dobrodružství do regionálních médií

„Chybí nám pokladník, nemáme dost lidí na organizaci závodů a v družině Poštolek je potřeba pomoci rádce. A ty se chceš věnovat novinářům? Nepřijde ti to jako trochu moc velký luxus?“

BARBORA TROJAK

I taková může být odpověď u vás v oddíle nebo na středisku, když vyjádříte přání věnovat svůj čas a úsilí propagaci vaší činnosti. Jenže vy byste třeba na chvíli rádi zvolnili a zároveň zůstali v kontaktu a užiteční. Nebo byste si chtěli vyzkoušet něco úplně nového, získat praxi pro budoucí práci, využít svoje schopnosti, protože vám to dobře píše nebo fotí. Zkrátka a dobře vám připadá, že šířit dobré jméno skautingu je důležité.

Zkusme teď promyslet pár argumentů, nad kterými můžete v takové situaci společně debatovat. Když bude mít skauting tam, kde působíte, dobré jméno (mezi lidmi, na radnici), může se vám lépe shánět podpora pro vaši činnost, a to ať už finanční, nebo třeba v podobě klubovny či materiálu od místní stavební firmy. Snáze také oslovíte potenciální dobrovolníky o pomoc. Mají-li skauti sympatie veřejnosti, lze očekávat podporu i od firem, úřadů a zastupitelstev. Díky dobré propagaci a komunikaci navíc můžete přesvědčit i rodiče, že má smysl svěřit vám děti. No a pokud jich máte dost, možná se přihlásí

někdo, kdo vám pomůže s vedením. Když chystáte akci pro veřejnost, medializace také může přilákat účastníky nebo rozšířit



FOTO ARCHIV AUTORKY

Barbora Trojak

Portugalistka, která se ale odjakživa věnovala kampaním o odpovědné spotřebě a lidských právech. Tisková mluvčí Junáka – českého skauta, Brňáčka v Praze, co je jednou nohou u Litoměřic, kde s manželem chystá rodinné vinařství. Milovnice fairtradových banánů!

váš úspěch a dobrý nápad i k těm, kdo na akci nebyli. Bude je to totiž možná mrzet a přijdou třeba příště. V neposlední řadě se medializace hodí, pokud děláte benefiční akce a snažíte se někoho nebo něco podpořit. Dalo by se pokračovat, ale my se teď pojďme soustředit na konkrétní kroky.

Přímá a nepřímá komunikace

Komunikace může samozřejmě probíhat různými cestami, začíná u označení vaší klubovny a oddílových triček, jde přes váš web a profily na sociálních sítích, přes to, jak se v kroji chováte na veřejnosti, a končí třeba u pozvánek na akce. Všechny tyto způsoby komunikace můžeme zařadit do kategorie přímého „vysílání“. Je totiž jen na vás, co a jak okolí sdělujete. Nepřímé vysílání probíhá právě přes novináře, které musíte něčím zaujmout a musíte s nimi také umět správně mluvit.

Prodejte téma

Co by tedy mohlo novináře zajímat a o čem rádi píšou? Rádi mají akce, které jsou inovativní, netradiční a dějí se poprvé, je to prostě

novinka. Nebo naopak takové, za kterými stojí dlouhá tradice. Líbí se jim, když má událost souvislost s regionem a můžou se jí zúčastnit místní lidé. Ocení, když akce přináší prospěch veřejnosti (sázení stromů, aktivity pro seniory). Výhodou může být dobré načasování, tedy zajímavé datum nebo konání v době mezinárodního dne. Pokud je předem jasné, že bude událost fotogenická a opravdu akční, máte (skoro) vyhráno. Novináři také rádi píší o změnách (např. v porovnání s minulými lety), inovacích, rekordech nebo zajímavých počtech. Líbí se jim děti, které se samostatně pustí do nějaké činnosti, nebo propojení historie a současnosti. Ze všeho nejraději mají konkrétní zajímavé příběhy lidí: může to být místní rodák, významná osobnost, skaut či skautka, kteří v něčem vynikají.

Zmapujte si, pro koho píšete

Pokud už víte, čím byste chtěli zaujmout, musíte zjistit, koho vlastně budete na skautská témata lákat. Zajděte občas do trafiky a kupte si místní vydání novin nebo si je prohlédněte v knihovně. Je důležité vědět, jaká je skladba obsahu, abyste se do ní mohli lépe strefit. Vytvořte si adresářový dokument se seznamem novinářů a postupně si do něj doplňujte kontakty – kdybyste pak chtěli svou práci někomu předat, bude to jednodušší. Z tradičních médií můžete zkusit oslovit místní redakce České televize a Českého rozhlasu (kontakty mají obě instituce na webu), regionální deníky a týdeníky (kontakty najdete určitě přímo v tištěné verzi),



FOTO FLICKR.COM, JUNÁK – ČESKÝ SKAUT

PŘI POSÍLÁNÍ TISKOVÉ ZPRÁVY NEZAPOMEŇTE TAKÉ PŘILOŽIT REPREZENTATIVNÍ FOTKY.

obecní zpravodaje, weby, kam si místní obyvatelé chodí pro informace. Zkusit také můžete aplikaci iReportér od ČT, pořad Zprávičky nebo Tamtam (obojí ČT Děčko). Do týdeníku 5+2 často můžete poslat fotku na nějaké téma, na pozitivnizpravy@lidovky.cz je téma dané – hledají pozitivní zprávy.

Použijte správný formát

Pokud chystáte nějakou akci, můžete předem poslat jen pozvánku, se kterou nebudete mít tolik práce jako s tiskovou zprávou. Musí odpovídat na následující otázky: kdy, kde, proč, jestli se tam bude dát fotit a kde to bude (fototermin). Zmiňte také, kdo akci pořádá a na koho se mohou obrátit. Poslat můžete případně i mapu a popis, jak se na místo dostat.

Tisková zpráva je o něco složitější, ale dává vám víc prostoru. Můžete citovat pořadatele a jeho očekávání, vztahovat se k minulému ročníku (klidně doplňte i fotkou, jak to vy-

padalo), odhadovat počet účastníků (protože chcete nalákat účastníky i novináře). Obojí musíte poslat s dostatečným předstihem. →

Dobrá tisková zpráva:

- má mít strukturu převrácené pyramidy: CO, KDY, KDE, PROČ, JAK
- obsahuje FAKTA, ČÍSLA a CITACE
- nemá příliš dlouhý titulok
- má skvělý perex / první odstavec, ze kterého se dá pochopit, o co jde ve zbytku textu
- není moc dlouhá (ideálně na jednu stranu)
- hovoří stručně a jasně, bez košatého jazyka nebo přehánění
- má jednoduché formátování a úpravu
- obsahuje klikatelné odkazy
- se dá krátit odzadu, aniž by pak začátek postrádal smysl
- je napsaná ve třetí osobě („skauti připravili“), ne v první („v našem oddíle připravujeme“)



POKUD NEMÁTE K DISPOZICI DOBRÉ FOTKY Z VAŠÍ ČINNOSTI, HRÁVĚ VÁM POSLOUŽÍ VOLNĚ DOSTUPNÁ SKAUTSKÁ FOTOBANKA NA FLICKRU.

Naopak s co nejkratším odstupem od akce je potřeba rozeslat tiskovou zprávu s jejím vyhodnocením. V ní můžete popsat, co, kdy, kde a proč se dělo, citovat spokojené účastníky (znamená to sehnat si je během akce) nebo organizátory.

Nezapomeňte na čísla a faktické informace, ve kterých shrnete, jak se vám akce povedla, a přiložte také dobré fotky – tři dobré obráz-

ky do přílohy mailu úplně stačí. Na dobrou fotku taky většinou potřebujete někoho, kdo umí víc než mačkat spoušť. Vyplatí se předem si vytipovat fotografa a poprosit ho o dokumentaci. Dobrou fotku, kterou mohou v médiích použít, pak poznáte podle toho, že má dostatečnou kvalitu, jednoznačně je z ní poznat, že šlo o událost pořádanou skauty nebo kde byli skauti jako účastníci, a když se na ni podíváte,

napadne vás automaticky některé z našich klíčových slov (tedy třeba přátelství, dobrodružství, parta, příležitost a skauting).

S novináři přijdete do kontaktu buď po telefonu, nebo přímo na nějakém setkání, při rozhovoru či na akci, kterou pořádáte. Pozvánky telefonem zrovna nemilují, ale když už je zaujmete, jsou rádi, že dostanou zajímavé informace. Volejte v dobrou dobu (třeba po obědě, víte, jak se to má s hladovými lidmi), připravte si předem body, které chcete probírat, jasně se představte. Pokud se chystáte na setkání s novinářem, už doma si rozmyslete, na co byste se sami sebe na jeho místě ptali, a pak se zkuste zamyslet a v duchu si odpovědět. Dávejte si pozor na vycpávková slova, mluvejte pomalu a v krátkých větách, nepřehánějte to s vtipy a využijte dobře čas, který máte – je ho totiž málo. Vyhýbejte se také používání skautského slangu – poslouchají vás lidé, kteří o skautin-gu třeba nic neví.

Nezapomeňte, že nejjednodušším poznávacím znakem skautů je šátek a je fajn, když ho máte nejen vy, ale taky všichni ostatní, se kterými přijde veřejnost a novináři do styku.

Zhodnoťte svou aktuální situaci

Pokud se opravdu rozhodnete do aktivní práce s médií pustit, může to vyžadovat i malou změnu přemýšlení a debatu ve vaší jednotce. Třeba jste totiž doteď vůbec nepořádali žádné akce pro veřejnost nebo se děly v místním kulturáku, kde se prostě nedá udělat dobrá fotka. Shodnete-li se, že vám oslovování médií připadá jako důležitá věc, vyplatí se udělat malé plánování, podívat se přitom na vaši činnost očima novináře, zkusit si vytipovat věci, které by je mohly zajímat, a třeba trochu změnit ty stávající tak, aby byly atraktivnější.

Komunikace na celostátní úrovni

A jak to vůbec v Junáku – českém skautu s komunikací funguje? Na Ústředí máme tým, který se věnuje externí i interní komunikaci. Jeho součástí jsem i já, skautská tisková mluvčí. V jednotlivých regionech pak často fungují lokální mediální zpravodajové a zpravodajky, a to na různých úrovních – ve středisku, na okrese nebo na kraji. Vyměňujeme si mezi sebou nápady, příklady dobré praxe, šablony tiskových zpráv a tipy na akce, které by mohly novináře zajímat. Pokud by vás lákalo zkusit si práci mediálního zpravodaje / mediální zpravodajky, neváhejte se nám ozvat! Rádi vám se vším poradíme a pomůžeme. ●

Tahák s klíčovými slovy:

- dobrodružství a nezapomenutelné zážitky
- charakter – formování člověka na celý život
- příroda a pobyt v ní
- kamarádi – přátelství a dobrá parta
- samostatnost i týmová práce
- zábava i rozvoj dovedností a znalostí, díky kterým se v životě neztratíme
- všestranný rozvoj
- pomoc druhým, starost o okolí, služba

Zdroj: Teplický deník
Datum: 12.2.2018
Název: Skauti z Dvojky Teplice připravují stavbu nové klubovny
Strana: 3

Skauti z Dvojky Teplice připravují stavbu nové klubovny

Teplice – Jedno z teplických skautských středisk, Dvojka Teplice, se pustilo do přípravy stavby nové klubovny. „Koupili jsme pozemek za okrajem řidičského police v Trnovanech a na konci měsíce máme zdemolovanou starou objektu.“ říká vedoucí skautského střediska Janek Mláček. Skauti na webu vystavili i obrazy studie, jak má nová klubovna vypadat. Převážně jde o levnou stavbu, vyjde na téměř pět milionů korun. Peníze na stavbu budou skauti sbírat na svých setkání i u sponzorů. Část prostředků si ale chtějí vydat. „Je to ohromná výzva, když každý nabízí konkrétní námitku pro společný cíl,“ dodává Mláček. Jednou z prvních aktivit je skautský plán. Konat se bude v sobotu 17. února v trnovanské sokolovně, vstupenky se dají sehnat jen na webu skautteplice.cz. Organizátorka plánu Joveta Kolmanová říká: „Máme kapku, soustřeďte i občerstvení. Ples je sice vlna, Teplice má, občerstvení poskydneme občerstvení, ládné kroje.“ doplňuje Kolmanová. 

1 000

Skauti ze střediska Dvojka Teplice se připravují na 30. výročí znovuzaložení svých oddílů. To nastane za necelé dva roky, v únoru 2020. **Chtějí propojit více než tisíc lidí, kteří skautingem v Teplicích prošli.**

Jak na to šli v Teplicích?

V roce 2020 čeká skauty a skautky ze střediska Dvojka Teplice třicetileté výročí vzniku. Rozhodli se, že při té příležitosti zkusí propojit tisícovku bývalých členů a členek, založili za tím účelem skupinu na Facebooku a informovali lokální média, aby se zpráva pořádně rozšířila. Vyšlo to: o snaze Teplických informoval Český rozhlas, MF Dnes, Deník a další. Média zaujal nejen nápad, ale i atraktivní číslo. A na příkladu je vidět, že novináře nemusíte lákat jen na akce – často stačí nějaký originální záměr.

Kam dál pro informace:

Facebook: skupina Bavíme se o propagaci skautingu
www.skaut.cz/regionalnikomunikace
nebo napište na barbora.trojak@skaut.cz

